

FARUK SARAÇ TASARIM MESLEK YÜKSEKOKULU
MODA YÖNETİMİ PROGRAMI DERS ÖĞRETİM PLANLARI

DERS BİLGİLERİ

Ders	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	Kredi	AKTS
Reklamcılık	MYP309	3	1+1	2	3
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Seviyesi	Ön Lisans				
Dersin Türü	Seçmeli				
Dersin Ön Koşulu	Yok				
Dersin Veriliş Şekli	Yüz yüze				
Dersin Koordinatörü	Öğr. Gör. Eda TURAN				
Dersi Verenler	-				
Dersin Amacı	Öğrencilere, reklam iletişimini öğretebilme; reklamcılık ile ilgili reklam veren, hedef kitle, reklam kampanyaları, strateji, metin yazarlığı gibi temel konularda genel bilgileri, reklam modelleri ve reklam mecralarının öğretilmesi.				

Dersin Öğrenme Kazanımları	1	<i>Reklam ve tanıtım kavramları arasındaki farkı öğrenir.</i>
	2	<i>Reklamın işletme ve müşteri için önemini kavrar.</i>
	3	<i>Reklam mecralarını öğrenir.</i>
	4	<i>Reklam araştırma, strateji ve planlama süreçlerine hakim olur.</i>
	5	<i>İletişim alanına dair bilgilerini kullanır.</i>

DERSİN İÇERİĞİ

Hafta	Teorik	Uygulama
1	Tanışma ve Reklama Giriş	
2	Reklam Nedir, Ne Değildir	
3	Reklamcılığın Gelişimi	
4	Reklam Mecraları	
5	Reklam Ajansları	
6	Araştırma, Strateji, Planlama	
7	ARA SINAV	
8	Medya Planlama	
9	Yaratıcılık	
10	Reklam Nasıl Çalışır	

11	Reklamda Üretim Süreci	
12	Reklamda Etik	
13		Örnek Sunumlar
14		Değerlendirme
KAYNAKLAR		
<ul style="list-style-type: none"> - Nurdan Öncel Taşkiran-Recep Yılmaz, 99 Soruda Reklam ve Reklamcılık, Derin, 2013 - Müge Elden, Reklam ve Reklamcılık, Say, 2018 - Feridun Hürel, Yaratıcı Reklamcılık, Say, 2008 - Gıyasettin Tayfur, Reklamcılık, Nobel, 2013 - Ders notları 		
DEĞERLENDİRME		
Yarıyıl İçi Çalışmaları	Sayısı	Katkı Yüzdesi
Ara Sınav	1	40
Ödev	0	0
Yıl Sonu Sınavı	1	60
Toplam	2	100
Yıl İçi Çalışmaların Başarıya Oranı	40	
Finalin Başarıya Oranı	60	
Toplam	100	
Açıklama		